



Mobil Uygulama Tasarımının İlkeleri:

Kullanıcı Etkileşimi Sağlayarak Dönüşüm- leri Artırın

think with Google™



Giriş

Uygulamalar, içerik ve hizmet sunmak için yaygın olarak kullanılan güvenilir bir yol haline geldi. Ancak bu kadar kalabalık bir pazarda bir mobil uygulama, kullanıcıları mutlu etmek ve onların bağlılığını kazanmak amacıyla nasıl yararlı, alakalı ve değerli bir hale getirilebilir? Google'ın Kullanıcı Deneyimi Araştırma Müdürü Jenny Gove iyi bir mobil uygulama oluşturmak için izlenmesi gereken 25 ilkeyi açıklıyor.

Mobil uygulamalar: Kullanıcılar onlara doyamıyor. Kanıt mı istiyorsunuz? 2017 yılında yaklaşık [200 milyar uygulamanın indirilmesi bekleniyor](#).¹ (Milyon değil, "milyar"). Pazarlama uzmanları kendi uygulama deneyimleri üzerinde çalışmalar yapıyor ve uygulamalarının keşfedilmesini sağlamak için yatırıma ağırlık veriyor. 2015 yılında [uygulama yükleme reklamları için yaklaşık 3 milyar \\$ harcama yaptılar](#). Bu, 2014 yılındaki harcamalara kıyasla yatırımın %80 oranında arttığı anlamına geliyor.²

Tüketici davranışındaki bu muazzam değişim göz önüne alındığında, pazarlama uzmanlarının, oluşturdukları uygulama deneyimlerini sürekli olarak geliştirmek için bu kadar çaba harcamalarına şaşırılmaması gerekir. Uygulamalar, kullanıcıların ihtiyaçlarına yönelik ürün ve hizmetler sunmak ve müşterilerin bağlılığını kazanarak onlarla uzun vadeli ve karlı ilişkiler kurmak için fırsat sunuyor. Geliştiriciler ve marka pazarlama uzmanları için kullanıcıları uygulamaları [bulmaya ve indirmeye teşvik etmek](#), ve bu aşamayı başarıyla geçtikten sonra etkileşim kurmaya devam etmelerini sağlamak giderek zorlaşıyor. %25 oranında büyük bir kullanıcı kesimi bir uygulamayı açtıktan sonra bir daha geri dönmüyor.³

Tüketicilerin telefonlarını önemli anlarda ve daha kısa süreliğine kullanması eskisine göre çok daha yaygın görülen bir durum. Bu nedenle, deneyimlerinin etkili ve tatmin edici olması gerekiyor. Ayrıca, fayda sağlayan iyi tasarlanmış bir uygulamanın kalabalığın arasında fark edilecek kadar güçlü olması da gerekiyor. Böyle bir uygulama, tüketicilerin "[Öğrenmek istiyorum](#)", "[Gitmek istiyorum](#)", "[Satın almak istiyorum](#)" ve "[Yapmak istiyorum](#)" dediği, çok sık gerçekleşen önemli anlarda ihtiyaçlara yanıt verebilir.

%25 oranında büyük bir kullanıcı kesimi bir uygulamayı açtıktan sonra bir daha geri dönmüyor.

Basit, güçlü bir grup ilkeyi uygulamanın buna yardımcı olduğunu biliyoruz. Bu, [mobil site tasarımı](#) üzerine daha önce yaptığımız araştırma sonucunda elde ettiğimiz bir bulgudur. Bu bulgu sonucunda markalar, müşterilerine gerçek anlamda faydalı deneyimler sağlayabilmek için değişiklikler yapmaya ve bariyerleri ortadan kaldırmaya karar verdi. Mobil web sitelerine benzer bir şekilde, mobil uygulamalar da kullanıcıların görevleri tamamlamalarına yardımcı olmak ve dönüşümlerini kolaylaştırmak zorundadır.

Bu fıkirden yola çıkarak, iyi bir uygulamanın ana malzemelerini araştırmak için kolları sıvadık. AnswerLab ile iş birliği yaparak e-ticaret, sigorta, seyahat, yemek siparişi, bilet satışları ve hizmetleri ile finansal yönetimi kapsayan geniş bir yelpazede 100 farklı uygulama üzerinde 100'den fazla tüketiciye yönelik bir kullanıcı araştırması yaptık. (Araştırmaya oyun uygulamaları, sosyal ağ uygulamaları ve müzik hizmetleri dahil edilmedi.)

Uygulama kullanıcılarını bir görevi tamamlarken hiçbir pürüzle karşılaşmayacakları şekilde yönlendirin

Bir ürün veya hizmet satın almak, rezervasyon yaptırmak, planları ve fiyatları araştırmak gibi dönüşüm odaklı görevleri dikkate aldık.

Faydalı ve kullanılabilir işlevlere yönelik olarak, tüketicileri tatmin eden bir deneyim sunmak için gereken yönlendirmeyi sağlayarak markanıza bağlılığı artırmanıza yardımcı olmak ve bu araştırmadan elde ettiğimiz sonuçları sizinle paylaşmak istiyoruz. Uygulamalar, çok iyi tasarlanmış e-ticaret araçları sunarak ve etkili sipariş ve ödeme sistemlerini entegre ederek herhangi bir görevi tamamlamak isteyen kullanıcıları kusursuz bir şekilde yönlendirebilir. Etkileşime teşvik eden bir uygulamanın oluşturulması için ilk adım, kullanılabilirliğe odaklanmaktır.

Araştırmada çok sayıda farklı bulgu elde edildi. Bu bulguları altı kategori için ilk 25 listesi oluşturacak şekilde sıraladık: uygulamada gezinme, uygulama içi arama, satış ve dönüşümler, kayıt, form girişi, kullanılabilirlik ve anlaşılabilirlik. 1. Bölümden başlayalım: Uygulamada Gezinme.



Jenny Gove, Kullanıcı Deneyimi Araştırma Müdürü, Google

Kaynaklar

- 1 eMarketer, "Uygulama İndirmeleri Gelecek 4 Yılda İkiye Katlanacak", 3 Şubat 2014.
- 2 eMarketer, "Uygulama İndirme Reklamları Pazarlama Uzmanlarının Rekabette Öne Geçmelerine Yardımcı Oluyor", 17 Temmuz 2015.
- 3 eMarketer "Uygulama Pazarlamacılığı 2015: Kalabalık Bir Pazarda İndirme (Download) ve Dikkat Çekme Mücadelesi", Temmuz 2015.



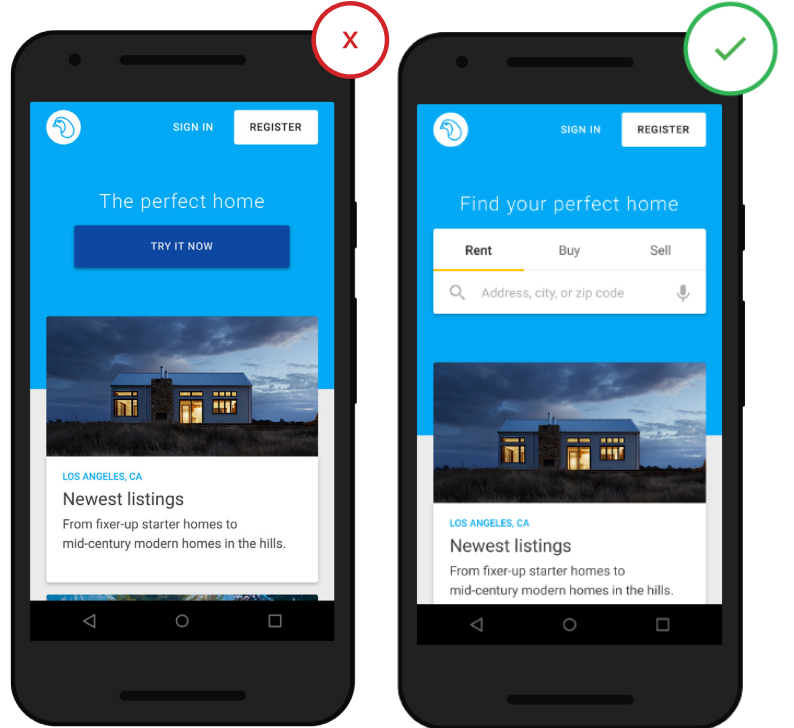
1. Bölüm:

Uygulamada Gezinme ve Keşif

Kullanıcılar aradıkları içeriğe çabucak yönlendirilmeli. Bu temel prensipler, uygulama içinde etkili ve keyifli bir gezinme tasarlamanız için size yardımcı olacak.

1. Öncelikle uygulamanızın önemini belirtin.

Görevlerine yönelik olarak kullanıcılarla açık bir şekilde etkileşime geçin ve ön taraf ile merkeze harekete geçirici mesajlar yerleştirin. Uygulamanızın önemli ve yeni özelliklerini bağlama uygun olarak doğru yerlerde belirterek bu özelliklerin sıkıcı ve karmaşık değil, keyifli ve ilgi çekici bilgiler olarak algılanmalarını sağlayın.

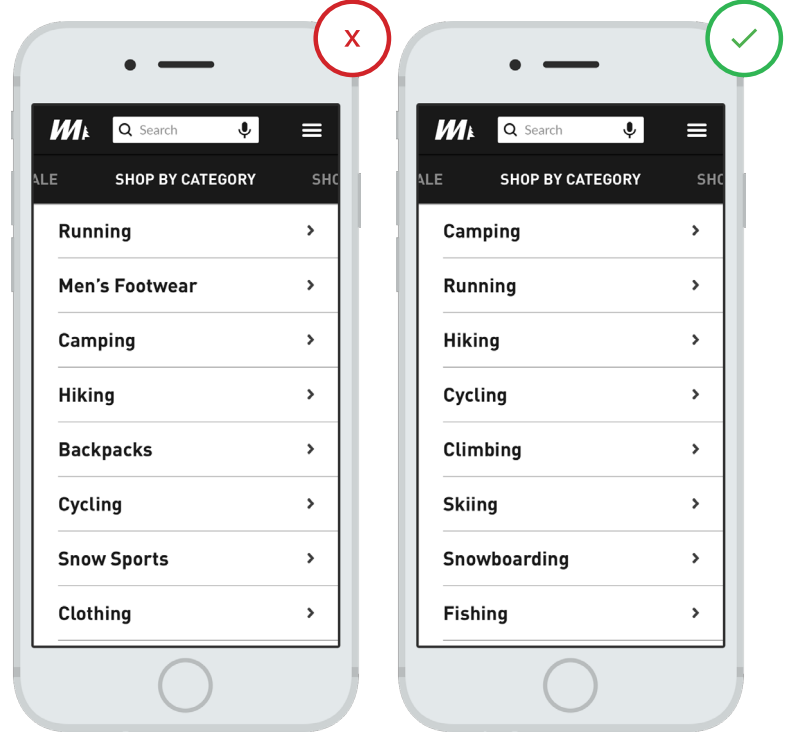


✗ "Şimdi deneyin" gibi bir harekete geçirici mesaj belirsizdir ve eyleme geçmeyi teşvik etmez.

✓ "Kiralayın", "Satın Alın" ve "Satın" gibi ifadeler daha net harekete geçirici mesajlardır.

2 Kullanımın kolay olması için menü kategorilerini organize edip etiketleyin.

Kullanıcılar, kendi zihinlerindeki kategori modelleriyle uyuşmayan menü kategorilerini yorumlamakta ve ayırt etmekte zorlanır. Menü kategorileri birbiriyle çelişmeyecek şekilde açık olmalıdır. Böyle bir tasarım kullanıcının arama seçeneklerini tüketip son çare olarak menüye dönüş yaptığı durumlar için özellikle önemlidir.

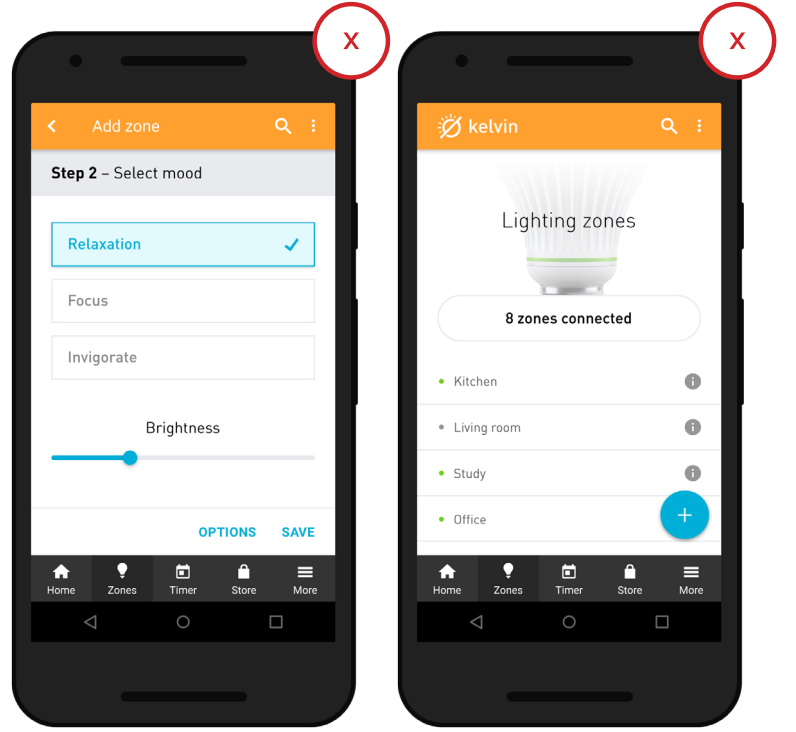


✗ Ürün kategorileri içerik olarak birbirleriyle çakışmamalıdır (ör. "erkek ayakkabısı" ve "yürüyüş ayakkabısı").

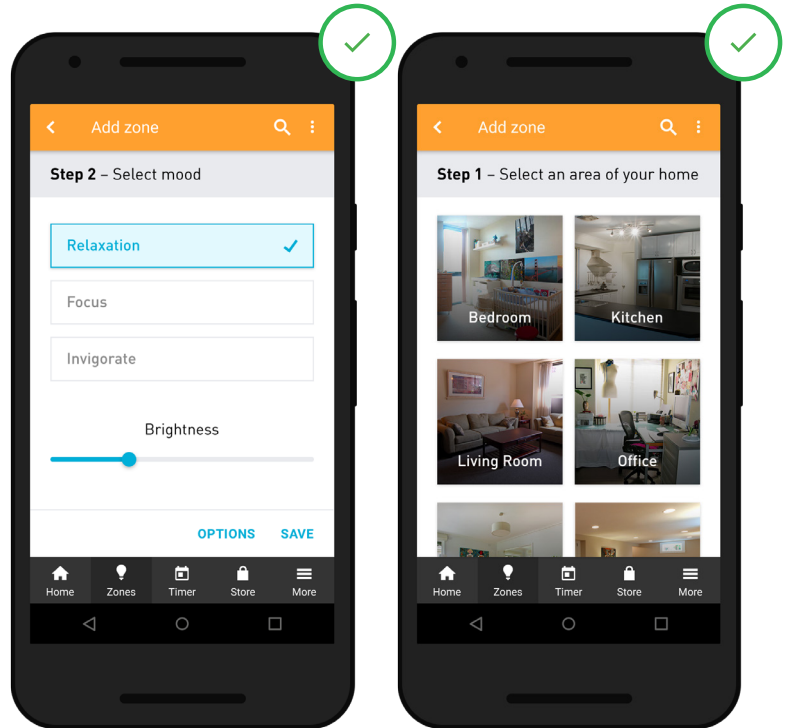
✓ Ürün kategorileri, karışıklığı önlemek için birbirinden farklı olmalıdır.

3 Kullanıcılara tek adımla kolayca "geri dönebilme" olanağı verin.

Kullanıcılar uygulamayı kullanırken yalnızca bir adım geri gitmek isteyebilir. Kullanıcıların bazı durumlarda kaydedilmemiş verilerin kaybolmasına sebep olacak biçimde ana ekrana dönüp işlemlere yeniden başlamak zorunda kalmaması için uygulamalarda geri dönüş işlevinden yararlanılmalıdır. Kullanıcıların bir adım geri gitmesine izin vermek bu sıkıntıyı ve yetersiz alternatif çözüm yollarına başvurma ihtiyacını ortadan kaldırır. Gezinme kontrolleri üzerindeki ince ayarlar kullanıcıların dönüşmesine yardımcı olur.



✗ Geri düğmesi akıştaki ilk adıma götürür ve kullanıcının aklının karışmasına neden olur.

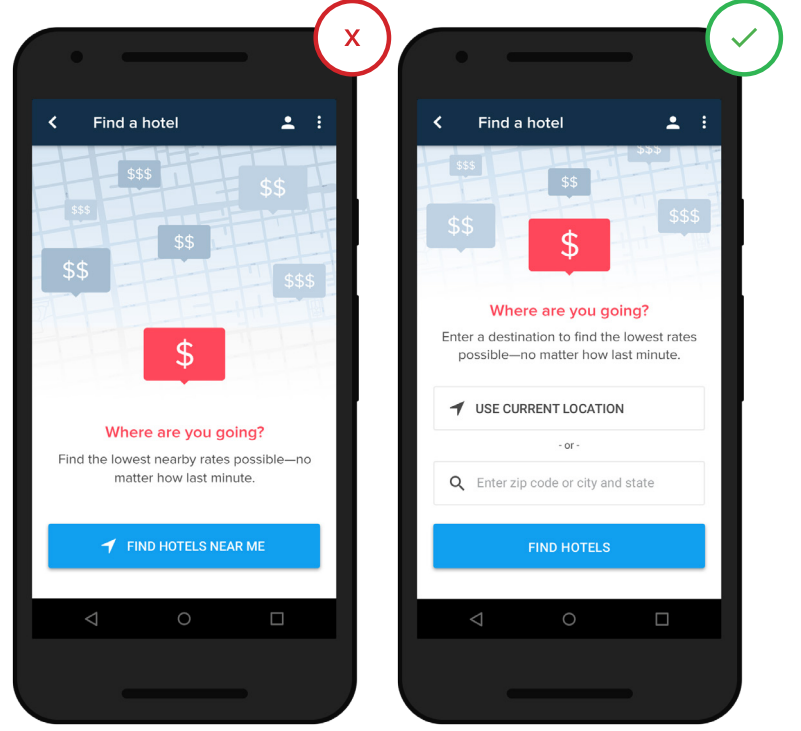


✓ Geri düğmesi kullanıcının beklediği gibi akış içerisinde yalnızca bir adım geri gider.

4

Manuel olarak konumu değiştirmeyi kolaylaştırın.

Konumun otomatik olarak algılanması kullanıcılara zaman kazandırabilir. Ancak bazı durumlarda kullanıcının yakında olmayan bir mağazayı bulması gerekebilir. Konumun manuel olarak girişini kolay ve yalın bir hale getirin.



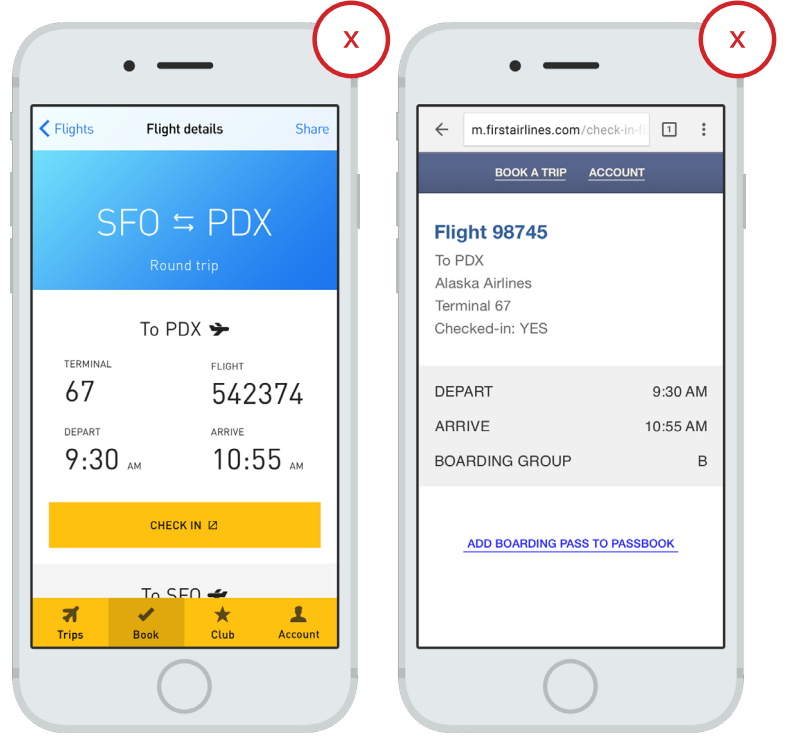
✗ Kullanıcının konumlar arasında geçiş yapmasının net bir yolu sunulmuyor.

✓ Herhangi bir işleme başlamadan önce kullanıcının konum seğmesine izin veriliyor.

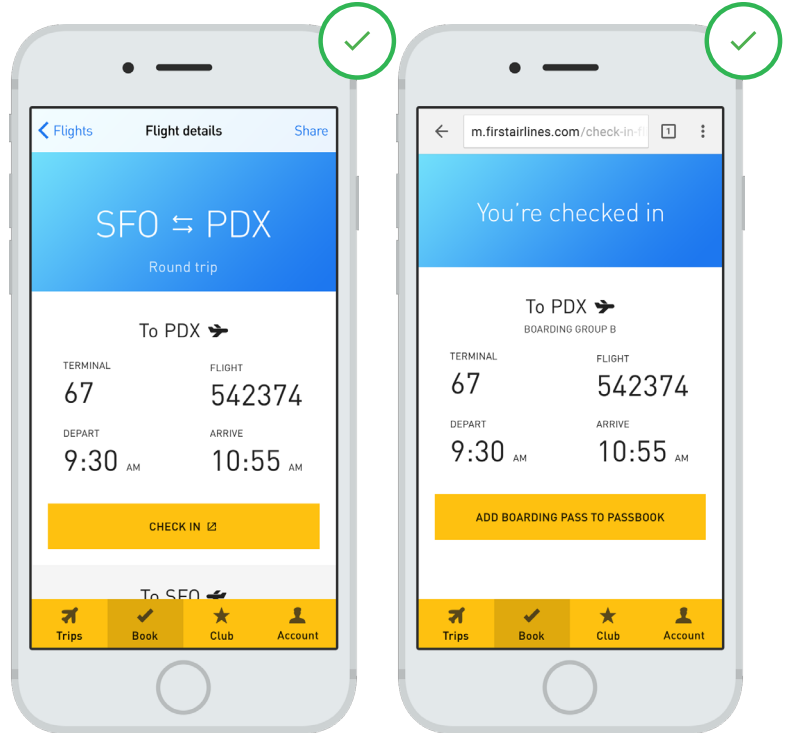
5

Mobil uygulamalar ile mobil web arasında sorunsuz bir şekilde geçiş yapılmasını sağlayın.

Daha fazla içerik bulmaları veya bir görevi tamamlamaları için kullanıcıları mobil web'e yönlendiren bir uygulama bıkınlık yaratabilir. Örneğin iki platformun görünümünün, hissinin ve tasarımının farklı olması kafa karıştırıcı olabilir. Ayrıca geçiş zamanlarının yavaş olması ve kullanıcının web sayfasının yüklenmesini beklemek zorunda kalması da sorun olabilir. Kullanıcının mobil web'e geçiş yapması şartsa, bu geçişi desteklemek için tutarlı bir tasarım geliştirmelisiniz. Geçişin hızlı olması, ayrıca kullanıcının geçiş yapmaması halinde karşılaşacağı sıkıntılara kıyasla, geçiş deneyiminin faydalı olduğunu görmesi önemlidir.



✗ Uygulama ile site arasındaki görsellik ve etkileşim deneyimleri birbirlerinden farklıdır.



✓ Tasarım tutarlılığı ve hız optimizasyonu sayesinde uygulama ile site arasındaki geçiş sorunsuzdur.



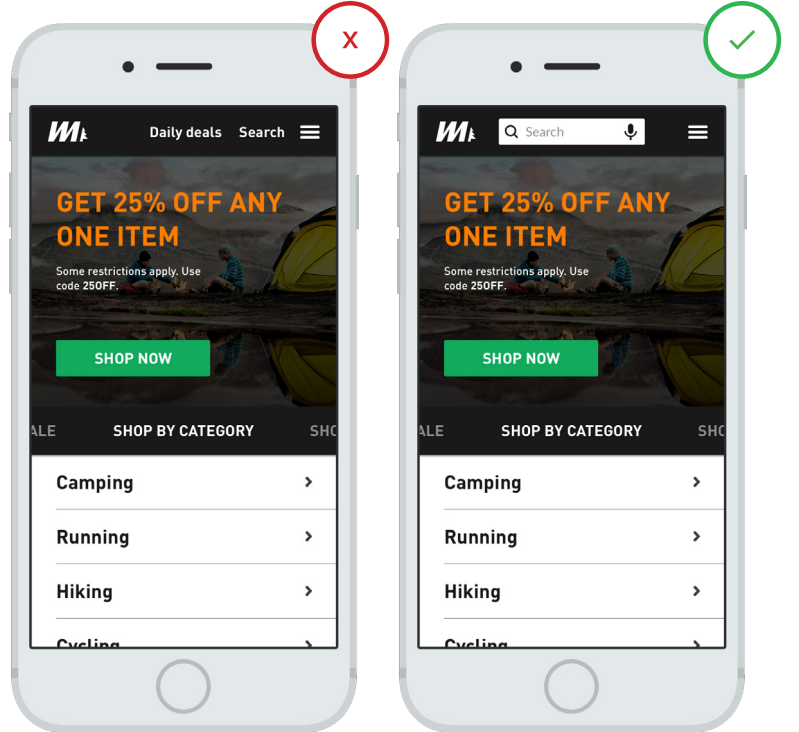
2. Bölüm:

Uygulama İçi Arama

Uygulama içinde sunulan etkili ve yararlı arama işlevi, kullanıcıların aradıkları ürün veya hizmetleri bulabilmeleri için çok önemlidir. Bu bölümde yer alan ilkeleri kullanarak uygulamanızın arama özelliklerinin değerini en üst düzeye çıkarın.

6 Arama alanını açıkça gösterin.

Belirli bir görevi veya ihtiyacı olan kullanıcılar genellikle arama alanını bulmak ister. Kullanıcılar tarama yerine çoğu zaman arama alanını kullanmayı tercih eder. Açıkça gösterilen arama kutusuna sahip olmayan uygulamalar, kullanıcıda bezginliğe neden olabilir ve işlemleri yavaşlatabilir.

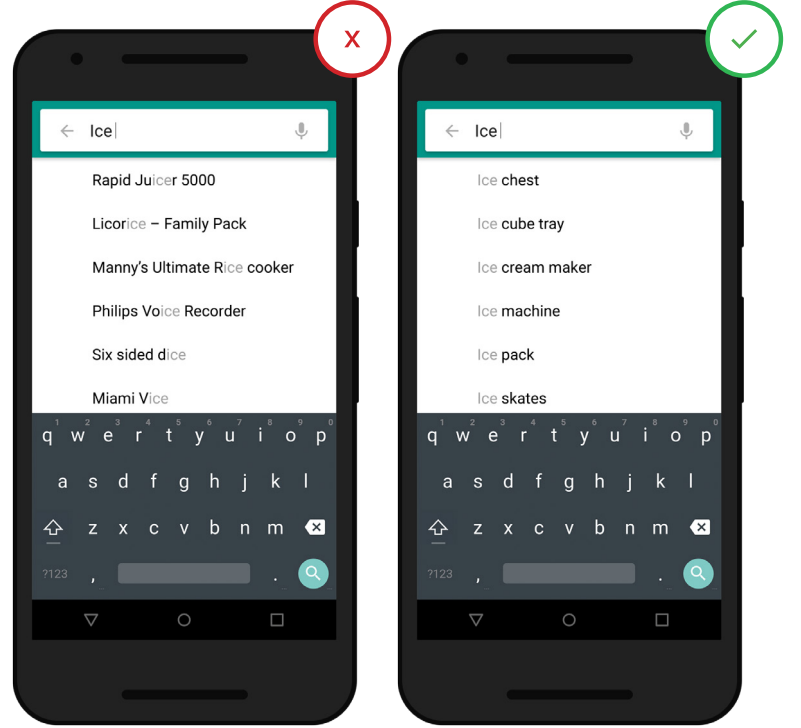


X Arama işlevi menü seçeneklerinin arkasına gizlenmiş durumda.

✓ Kullanıcılar açıkça gösterilen bir arama alanına kolayca ulaşabilir.

7 Etkili arama dizini özelliğini kullanın.

Arama sonuçlarının faydalı olduğundan emin olun. Belirli görevler için arama özelliğine güvenme sıklığı göz önünde bulundurulduğunda, kullanıcılar bu özelliğin Google kadar iyi çalışmasını bekler. Otomatik düzeltme, sözcük kökü tanıma, metin tahmini ve kullanıcı metni girerken sunulan öneriler yardımcı işlevler arasında sayılabilir. Bu araçlar kullanıcı hatalarının olasılığını azaltabilir. Ayrıca arama sürecini hızlandırmaya yardımcı olur ve kullanıcıların, dönüşüme giden yoldan sapmamalarını sağlar.

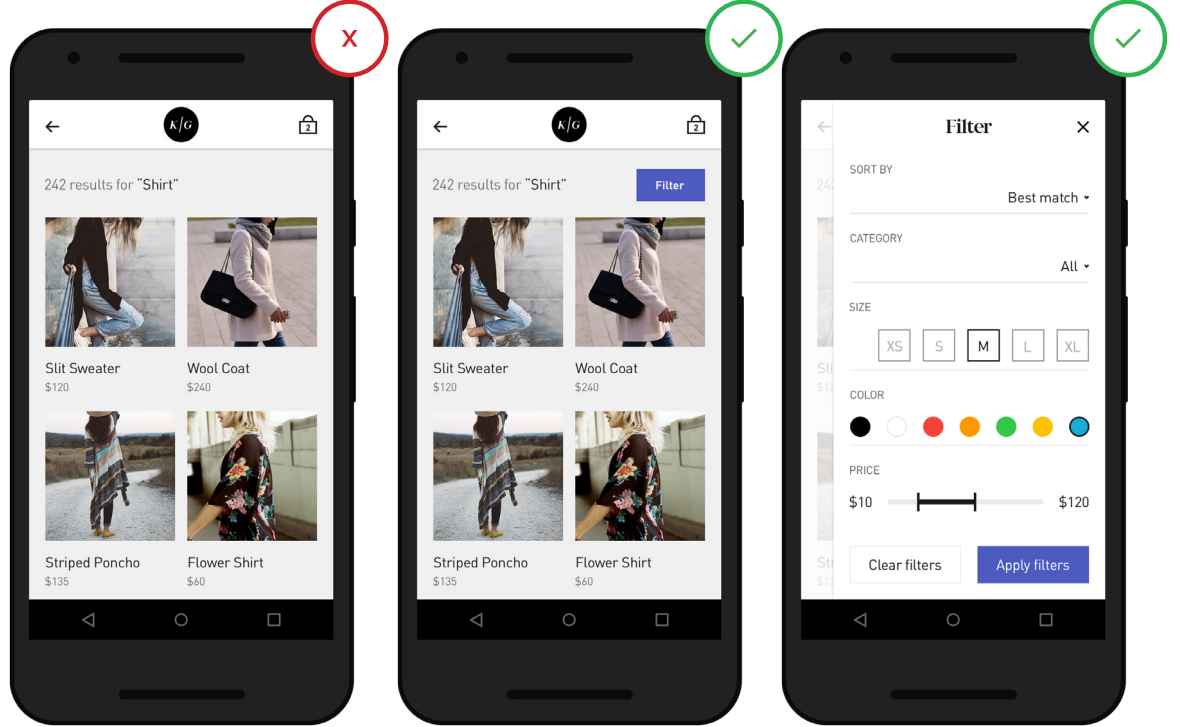


X Yetersiz dizin özelliği kötü bir arama deneyimine neden olur.

✓ Kaliteli dizin özelliği, kullanıcıların hedeflerine uygun, etkili sonuçlar sağlar.

8 Filtreleme ve sıralama seçenekleri sunun.

Kullanıcılar arama terimlerinin alakasız sonuçları veya çok fazla sayıda sonuç döndürdüğünü gördüğünde sıkılır. Filtreleme ve sıralama seçenekleri, kullanıcıların sonuçları daraltmasına ve organize etmesine yardımcı olur. Bu seçenekler kullanılmadığında kullanıcı küçük ekranda yoğun olarak (ve çok sayıda) kaydırma işlemi yapmak ya da sayfa açmak durumunda kalır.



X Sonuçları filtreleme veya sıralama seçeneklerine yer verilmediğinden veya bu seçenekler açıkça belirtilmediğinden kullanıcıların çok sayıda ürünü incelemesi gerekir.

✓ Arama sonuçlarının daraltılabilmesi için etkili filtreleme ve sıralama seçenekleri sağlanır.



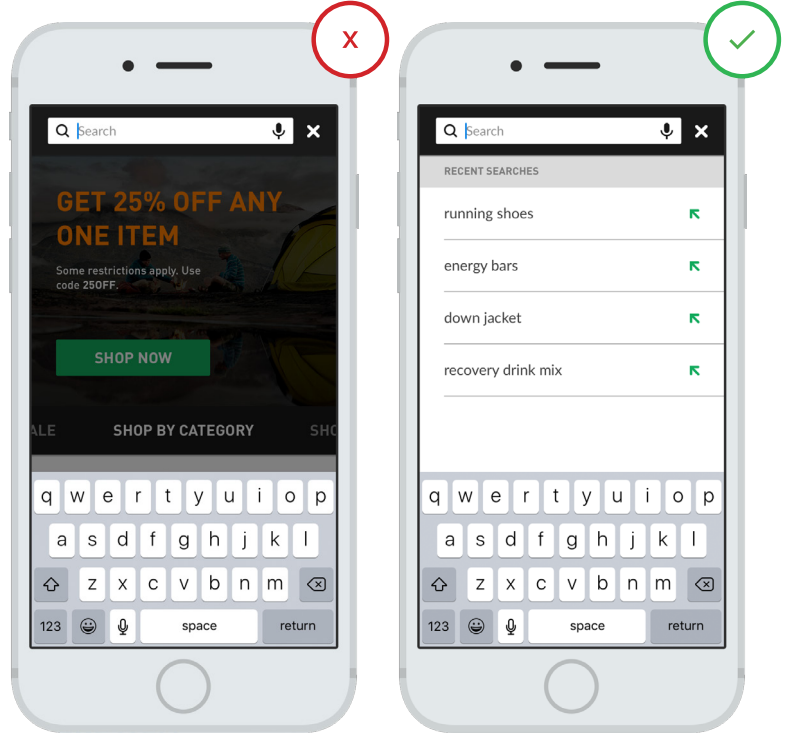
3. Bölüm:

Satış ve Dönüşümler

Mobil ticaret ağı büyüdükçe kullanıcılar ürünleri bulurken, incelerken, bilgi edinirken ve satın alırken daha sorunsuz bir uygulama içi deneyim beklentisi içine girer. Dönüşümleri artırmak amacıyla sorunsuz bir kullanıcı deneyiminin nasıl oluşturulacağı bu bölümde açıklanmaktadır.

9 Daha önceki arama ve alışveriş bilgilerini sunun.

Daha önceki aramaları ve yakın zamandaki satın alma işlemlerini kolayca bulmalarını sağlayarak kullanıcıların fazla zaman ve emek harcamadan arama yapmalarına yardımcı olun. Kullanıcıların arama veya alışveriş için sık sık kullandıkları uygulamalarda bu özellik çok önemlidir.

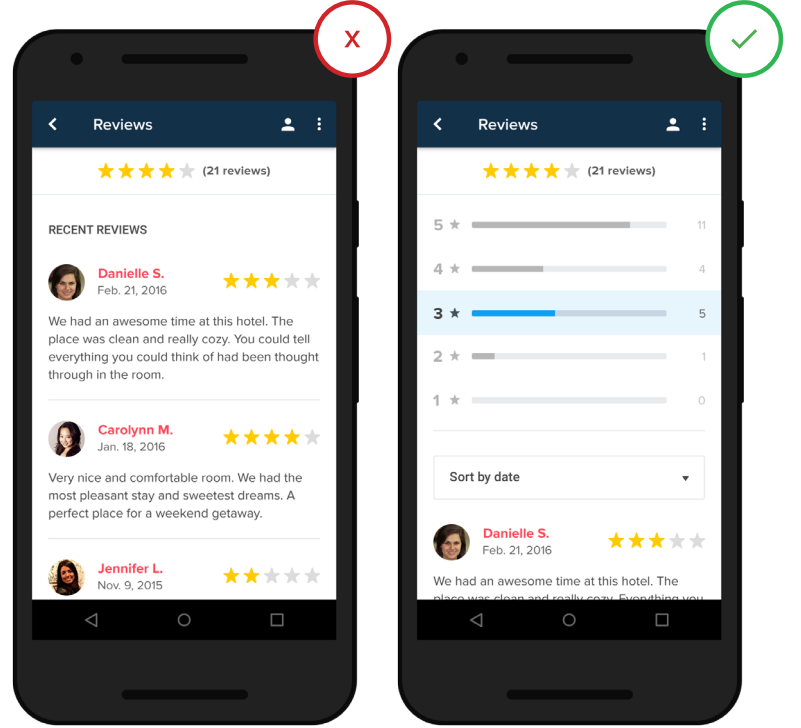


✗ Kullanıcıların yinelenen her aramada arama terimini baştan yazması gerekir.

✓ Kullanıcı eski aramaları kolayca gözden geçirip kullanabilir.

10 Kullanıcı değerlendirmelerinin görüntülenmesini ve filtrelenmesini sağlayın.

Kullanıcı değerlendirmeleri, satın alma kararlarını etkileyen önemli bir özelliktir. Çok sayıda değerlendirme, satın almayı düşünen kullanıcılara güven verir. Puan dağılımını birleştirin ve kullanıcıların bir ürün hakkında "gerçek bilgiler" alabilmesi için değerlendirmeleri sıralayıp filtrelemesini sağlayın. Ortak noktalar olup olmadığını görebilmeleri için en yeni, en olumlu ve en olumsuz değerlendirmelere göz atmalarını sağlayın. Ürünü satın alan kullanıcıların yaptığı doğrulanmış değerlendirmeler de tüketicileri memnun eder.

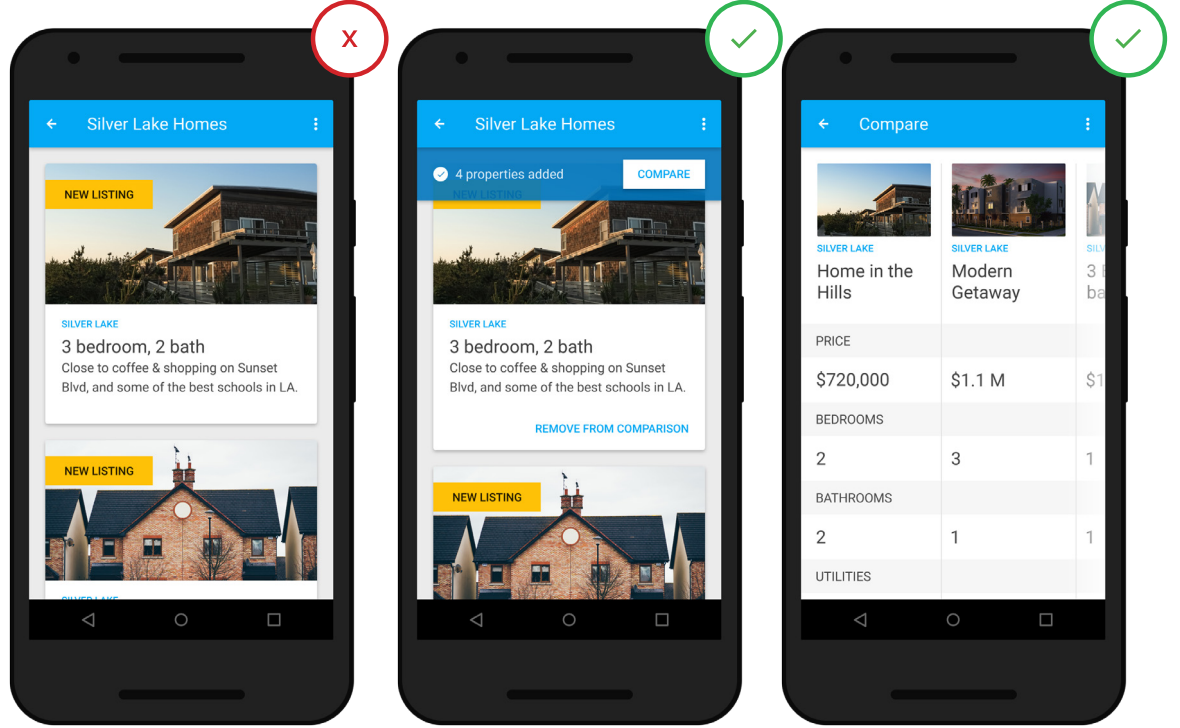


❌ Müşteri değerlendirmeleri için filtreleme seçenekleri bulunmuyor veya gizlenmiş.

✅ Tüketici değerlendirmeleri için filtreleme ve sıralama işlevleri etkin.

11 Karşılaştırmalı alışveriş özelliklerini etkinleştirin.

Kullanıcılar alışveriş yaparken, ilgilendikleri ürünleri kolayca karşılaştırabilmek ister. Bu özellik kullanılmadığında uygulama kullanıcıları, karşılaştırma yapmak veya daha sonra geri dönebilmek için hatırlamak isteyecekleri ürünleri sepetlerine eklemek zorunda kalır. Kullanıcılar web'deyken ürünleri karşılaştırmak için yeni sekmeler açarak bu sorunu çözebilir. Tüketicilerin satın alma kararlarını desteklemek için uygulama içi karşılaştırma özelliğini ekleyerek, bu alternatif çözümlere duyulan ihtiyacı ortadan kaldırebilirsiniz.

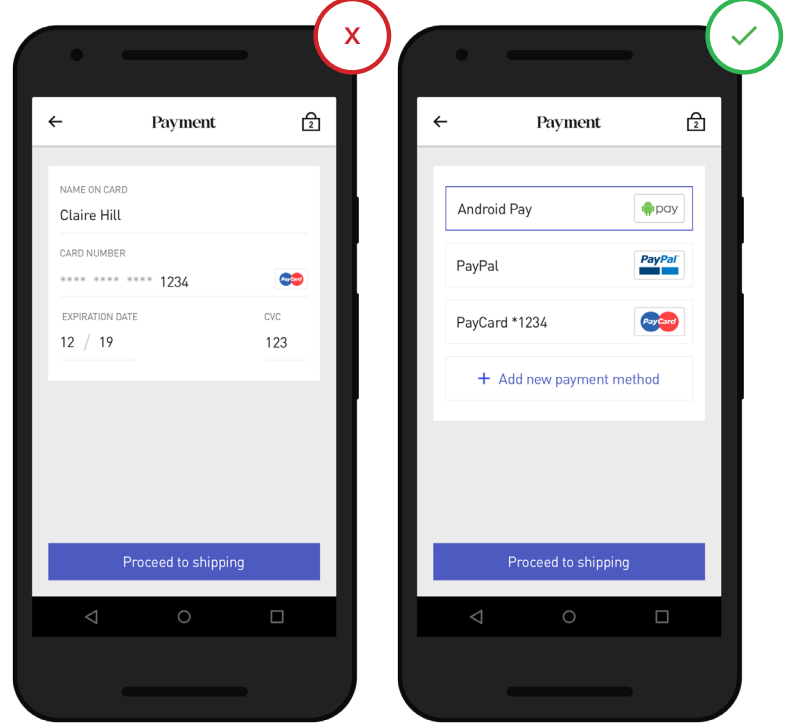


✗ Kullanıcıların karşılaştırmak istediği ürünleri hatırlamaları gerekir.

✓ Karşılaştırma aracı sayesinde kullanıcılar evler arasında doğrudan karşılaştırma yapabilir.

12 Birden çok üçüncü taraf ödeme seçeneği sunun.

Kullanıcılar, seçenek olarak üçüncü taraf ödeme sistemleri görmeyi bekler. PayPal, Apple Pay ve AndroidPay gibi ödeme seçenekleri sunan uygulamalar, kullanıcıları ödeme sırasında ek formlar doldurmak gibi zahmetli işlerden kurtarır ve üst düzey bir güvenlik hissi oluşturur.

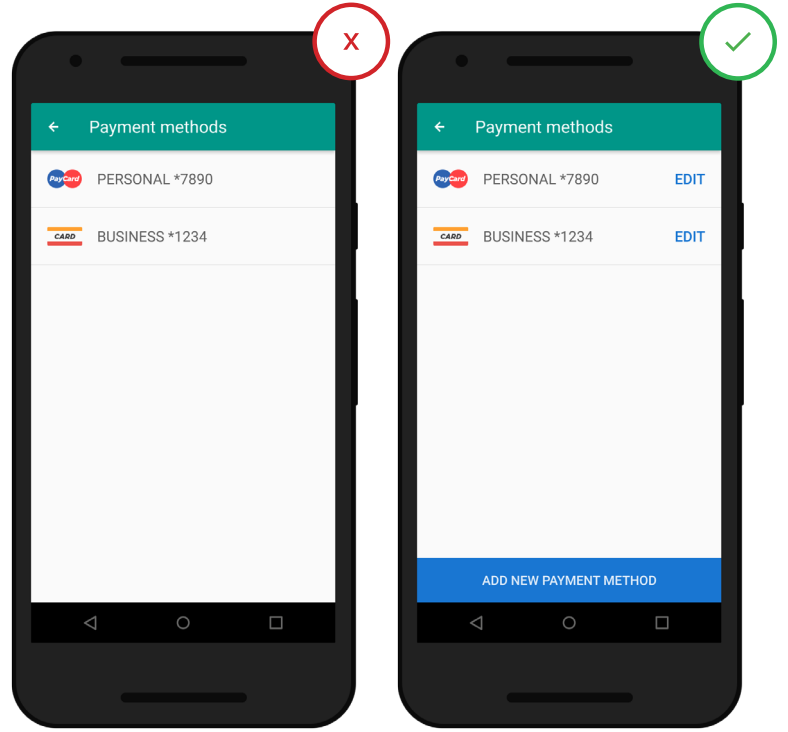


✗ Kullanıcılara yalnızca tek bir ödeme seçeneği sunuluyor.

✓ Kullanıcıya seçenek ve kontrol imkanı vermek için birden fazla ödeme yöntemi sunuluyor.

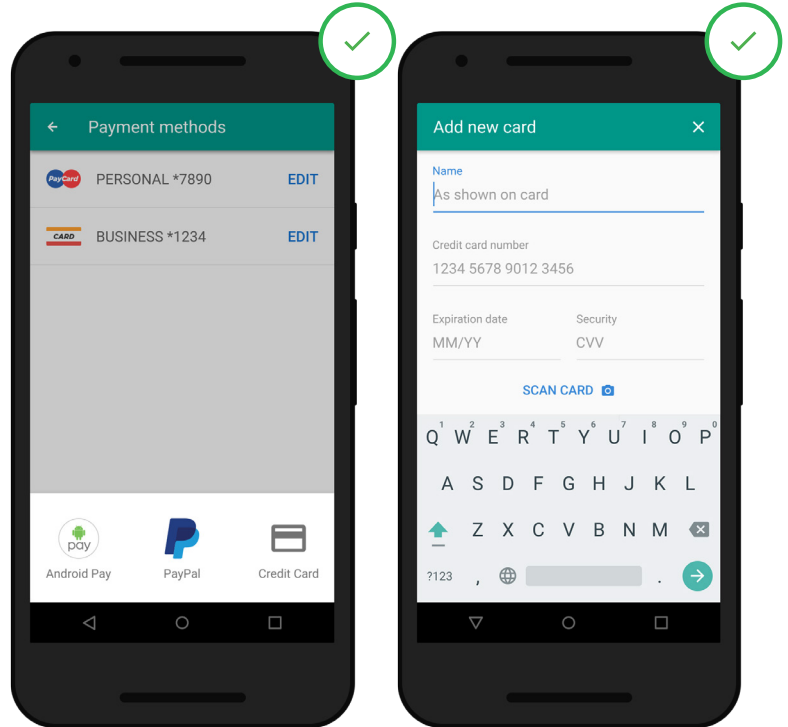
13 Ödeme yöntemleri eklemeyi ve bunların yönetimini kolaylaştırın.

Ödeme yönteminin kaydedilmesini basitleştirerek ve gereken adımları azaltarak kullanıcıları memnun edin. Sayısal tuş takımı ve kredi kartı taraması gibi seçenekler içeren basit bir kredi kartı girme sayfası oluşturun. Kullanıcıların birden çok kart eklemesine ve kartlar arasında geçiş yapabilmesine mutlaka izin verin.



✗ Ödeme yöntemlerini düzenleme veya yenilerini ekleme olanağı yok.

✓ Kullanıcılar kayıtlı ödeme yöntemlerini düzenleyebilir ve yenilerini ekleyebilir.



✓ Kullanıcılar kayıtlı ödeme yöntemlerini düzenleyebilir ve yenilerini ekleyebilir.

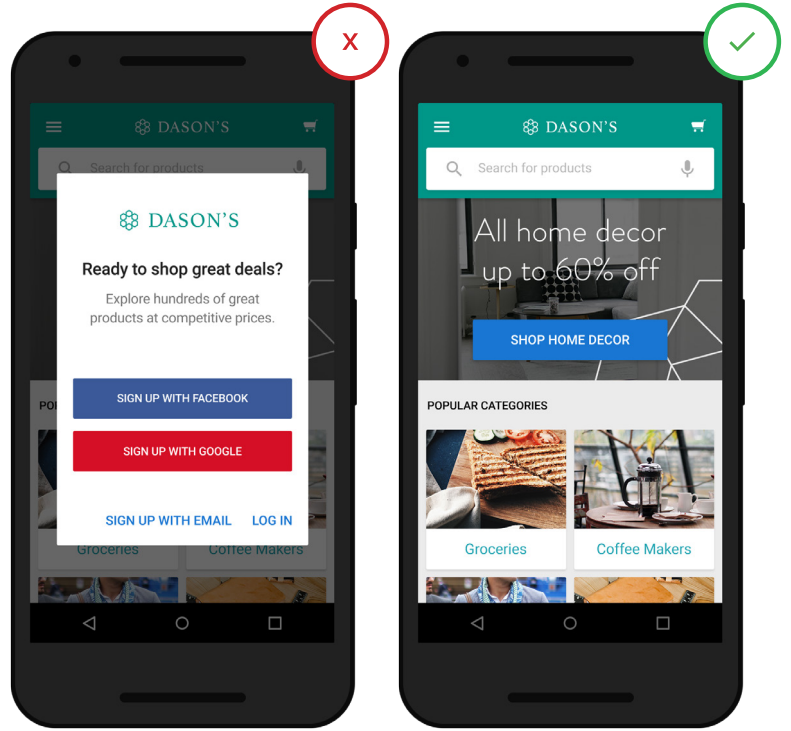


4. Bölüm: Kayıt

Kayıt işlemi kullanıcıyla bağlantı kurmak, gelecekteki dönüşüm fırsatlarını hızlandırmak ve müşteri ilişkilerini geliştirmek için bir yoldur. Ancak çoğu zaman sıkıntıya neden olarak dönüşüme engel teşkil edebilir. Bu bölümde, kullanıcıların ulaşmak istedikleri yere daha hızlı gitmelerini sağlayan bir kayıt işleminin nasıl oluşturulacağı açıklanmaktadır.

14 Kullanıcılardan kaydolmalarını istemeden önce onlara net bir fayda sunun.

Hemen sonuç veren alışveriş işlemleri (araç kiralama veya yemek siparişi gibi) söz konusu olmadığı sürece, kullanıcılar kişisel bilgileri en baştan isteyen uygulamalardan genellikle ayrılır. Özellikle marka tanınırlığı düşük (veya değer teklifi net olmayan) uygulamalar, kullanıcılardan deneyimin en başında kaydolmalarını isterken daha büyük bir engeli aşmak zorunda kalır. Yalnızca gerekli olduğunda kullanıcılardan kaydolmalarını isteyin. Bu ilkeyi gerçekleştirmenin yaygın yollarından biri, kullanıcıya dönüşüm noktasında konuk olarak ödeme yapma seçeneği sunmaktır.

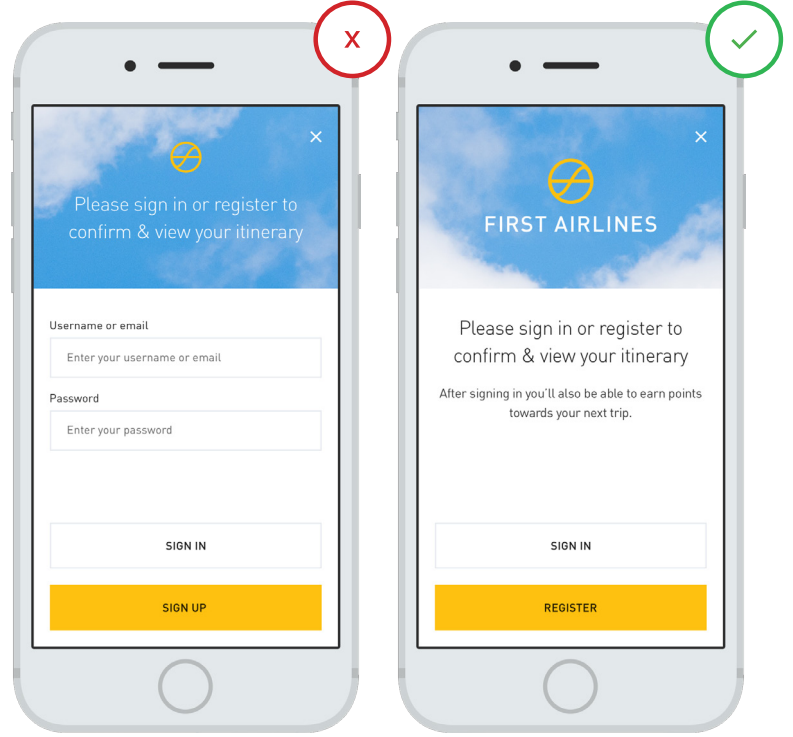


✗ Deneyimin en başında kayıt işlemi yapılmasını istemek, büyük bir engel teşkil eder.

✓ Kişisel bilgilerini girmeye zorlamadan, kullanıcı için etkileşime dayalı bir deneyim sağlanır.

15 "Oturum açma" ile "kaydolma" arasındaki farkı belirtin.

Birçok kullanıcı, bir hesaba kaydolmaya çalışırken yanlış eylemi seçerek "oturum aç" düğmesine dokunur ve bunun sonucunda kendilerinden bir parola girmeleri istenir. Kullanıcılar ekrana hızlı bir şekilde göz gezdirdiği ve dikkatlerini çeken ilk harekete geçirici mesajın doğru mesaj olduğunu düşündükleri için bu durumla sık karşılaşılır. Kullanıcıların gitmek istedikleri yere hemen ulaşmalarını sağlamak için "oturum açma" ve "kaydolma" düğmelerini kolaylıkla ayırt edilebilecekleri şekilde tasarlayın.

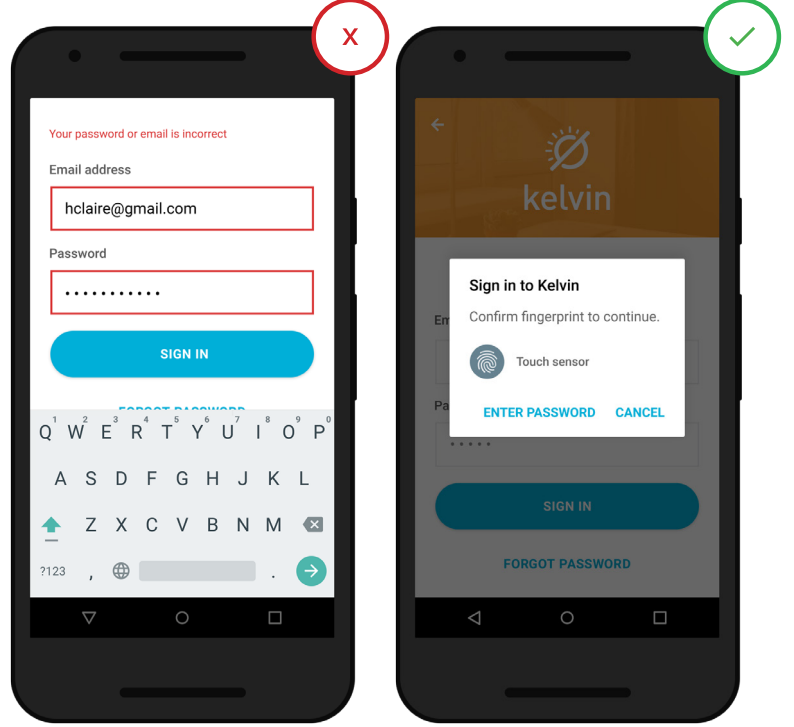


✗ Harekete geçirici mesajları birbirinden ayırmak zor olduğu için hatalar oluşabilir.

✓ Arayüz basit ve harekete geçirici mesajlar net.

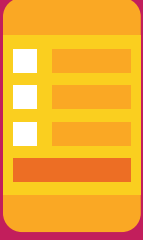
16 Şifreyle kimlik doğrulama işlemini sorunsuz bir deneyim haline getirin.

Kullanıcılar, şifre oluşturmak ya da sıfırlamak için birden çok adımdan oluşan zahmetli işlemler yapmak zorunda kaldığında rahatsız olur. Kimlik doğrulama deneyimini basitleştirerek kullanıcıların işlemi yarıda bırakma riskini azaltın. Gerekli adım sayısını en aza indirin veya üçüncü taraf üzerinden oturum açma ya da parmak izi girerek oturum açma gibi farklı kimlik doğrulama yöntemleri kullanın.



X Metin tabanlı kimlik doğrulama yaygın bir hata nedenidir.

✓ Parmak iziyle oturum açma gibi etkili kimlik doğrulama yöntemi, sorunsuz bir deneyim sağlar.

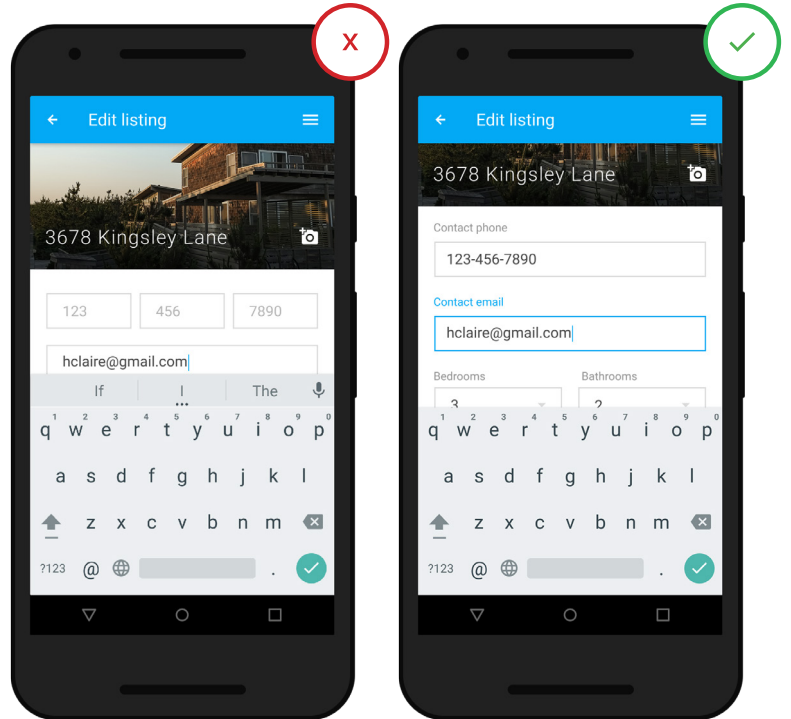


5. Bölüm: Form Girişi

Kullanıcılar en kritik anlarda formlarla karşı karşıya kalır. Bu prensipleri kullanarak formların doldurulmasını hızlı ve kolay bir hale getirebilirsiniz.

17 Kullanıcı dostu formlar oluşturun.

Formlar, kullanıcıların bilgi girme şekliyle uyumlu olmalıdır. Kullanıcıları, uygulamanın kısıtlamalarına uyum sağlamaya mecbur bırakmak yerine, birden çok giriş biçimini destekleyen ekranlar tasarlayın. Ayrıca, form alanlarının klavye gibi arayüz öğeleri tarafından engellenmediğinden ve rahatça görülebildiğinden emin olun. Kullanıcılar form alanlarını tamamladıkça her alanı ekranda otomatik olarak yukarı taşıyın. Otomatik doldurma, otomatik büyük harf ve kredi kartı tarama gibi işlevlerin kullanılması da düşünülebilir.

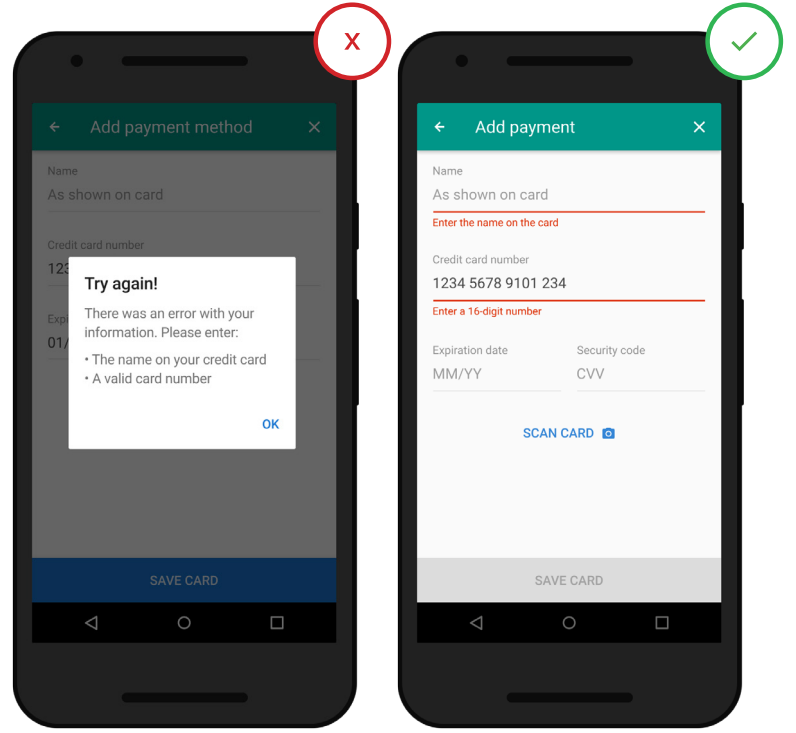


X Veri girişi biçimi önceden belirlenmiş (ör., telefon numarası için üç alan) ve doldurulması gereken sonraki alanlar klavyenin altında kalmış.

✓ Form alanları bilgilerin biçimlendirilmesinde esneklik sağlar ve alanlar tamamlandıkça form yukarı doğru ilerler.

18 Form doldurulurken yapılan hataları anında bildirin.

Kullanıcılar bir hata yaptığını formu doldurma sürecini bitirdikten sonra öğrenmekten hoşlanmaz. Bu durumu önlemek için gerçek zamanlı bilgiler sağlayın ve formun bir alanının başarılı bir şekilde doldurulduğunu veya doğrulandığını kullanıcıya her zaman bildirin. İşlemin sorunsuz bir şekilde ilerlemesi ve sürecin herhangi bir kesintiye uğramaması için deneyimi test edin.

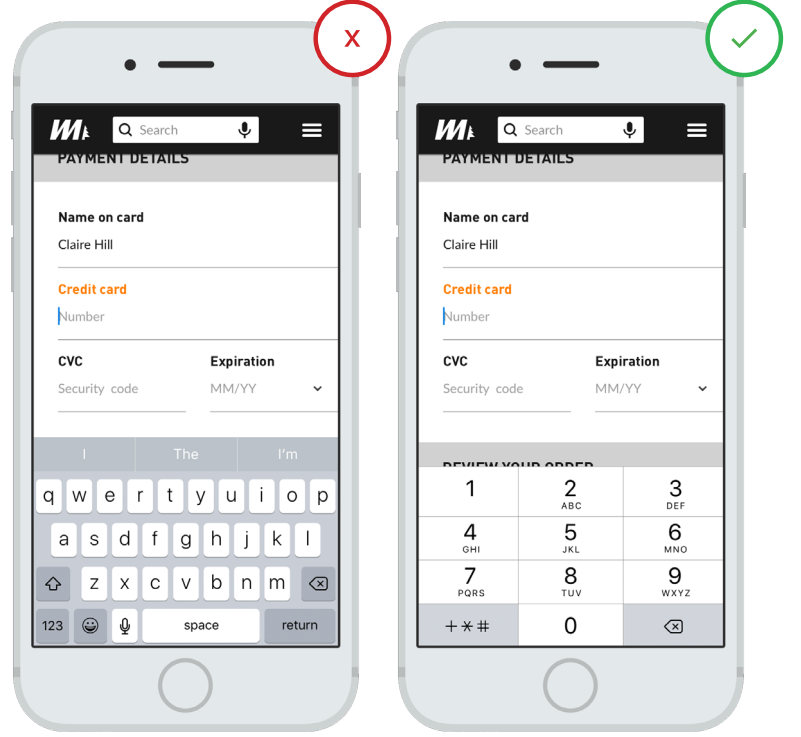


❌ Form girişi, form gönderilene kadar doğrulanmıyor ve sunulan hata iletisi eyleme geçirilemeyen öneriler içerdiği için bağlam dışında kalıyor.

✅ İşlem yapılabilir hata iletileri bağlama uygun olarak, veri girişinden hemen sonra sunuluyor.

19 Metin girişi gereken alanlarda uygun klavyeyi etkinleştirin.

Uygulama kullanıcıları metin girişi için uygun bir klavye sunan uygulamalardan memnun olur. Bu özelliğın sadece belirli görevler için değıl, uygulamanın genelinde etkin olmasını sağılayın.



✗ Kullanıcının sayısal bir veri girmesi için klavyedeki sayı tuşuna dokunması gerekiyor.

✓ Uygun bir sayısal klavye, sayısal giriş gerektiren alanlar için otomatik olarak sağılanıyor.

20 Formlarda bağlama uygun ve faydalı bilgiler sunun.

Kullanıcının formda kolayca ilerlemesi için alakalı ve bağlama uygun bilgiler ekleyin. Örneğin kullanıcılar randevu ayarlarken haftanın günlerini belirlemek için uygulamayı terk edip akıllı telefonun takvimine bakmak yerine aylık takvim gibi bağlama uygun bilgilerin sayfada bulunmasından memnun olur. Ayrıca bu işlevi sunmak, kullanıcının başka bir görevle ilgilenirken dikkatinin dağılması riskini de azaltır.

The image shows two side-by-side smartphone screens displaying a 'Book a room' form. The left screen is marked with a red 'X' and the right screen with a green checkmark. Both screens show the same form fields: email (hclaire@gmail.com), phone (123-456-7890), reservation details (check-in 1/20/2016, check-out 1/24/2016), number of adults (1), and room preference (First available). The right screen includes additional helpful information: a note about phone number confidentiality, calendar icons for dates, a summary of the stay (4 nights: Wednesday-Sunday), and a note about children staying free.

❌ Kullanıcılara, uygun veri girişi işlevselliği veya form doldurmaya destek olacak yardım metni sunulmuyor.

✅ Veri girişi için takvim widget'leri gibi yararlı işlevler sunuluyor, kısa ve öz bilgiler sağlanıyor.



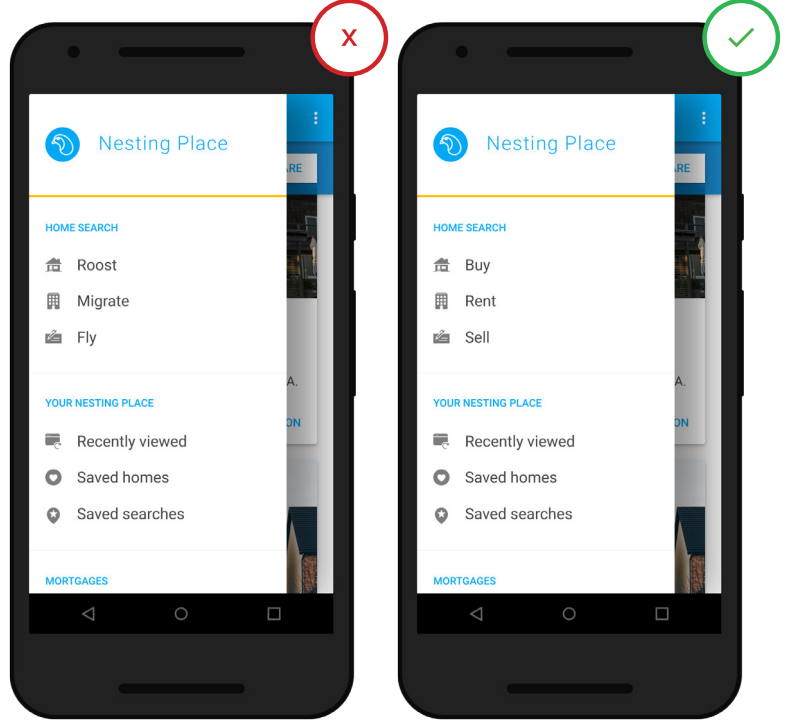
6. Bölüm:

Kullanılabilirlik ve Anlaşılabilirlik

Spesifik ve uygulama tasarımıyla ilgili kararlar, iyi bir kullanıcı deneyimi sağlamada çok önemli bir rol oynayabilir. Kullanıcıların ihtiyaçlarına yanıt veren bir uygulama tasarlamak için bu ilkelere yararlanın.

21 Kullanıcılarınızla aynı dili konuşun.

Bilinmeyen terimler veya ifadeler kullanıcının zihinsel yükünü artırır. Harekete geçirici mesajlar markaya özgü terimlerle etiketlendiğinde, kullanıcıların aklı karışabilir. Açık iletişim ve işlevsellik, marka mesajını sunma amacından daha önemli bir öncelik olmalıdır.

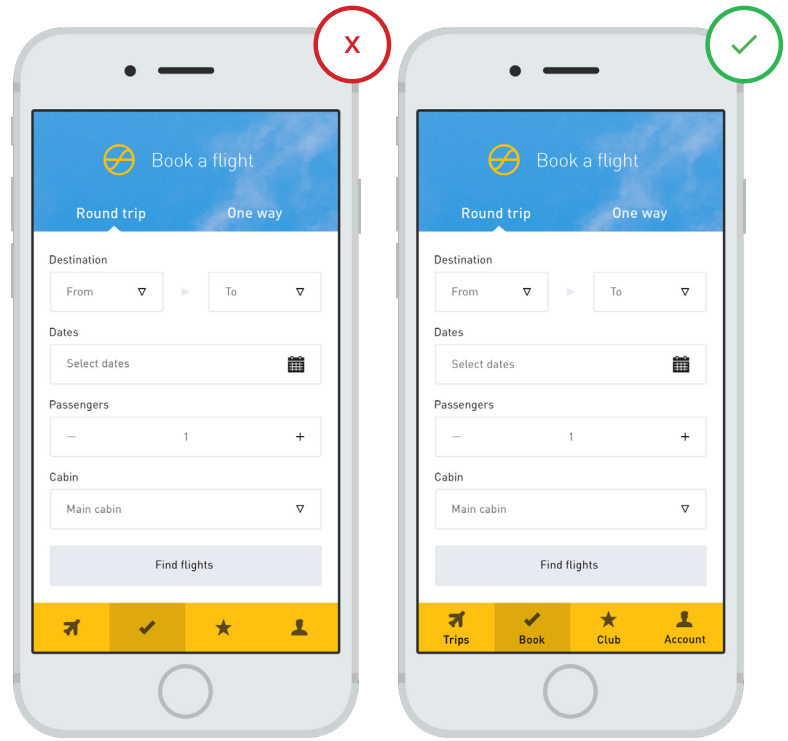


X Sıra dışı terminoloji (ör., "Tünek bulun", "Göç edin" veya "Havalanın") kullanıcıların uygulamayı öğrenmesini ve anlamasını zorlaştırabilir.

✓ Terminoloji (ör., "Satın alın", "Kiralayın" veya "Satın") açıkça anlaşılıyor ve karmaşık olabilecek gereksiz jargon veya tuhaf ifadeler içermiyor.

22 Görsel bilgileri açıklamak için metin etiketleri ve görsel anahtarlar kullanın.

Görsellere ve ikonografi öğelerine, tutarlı ve düzgün bir şekilde yorumlanmalarını sağlamak için metin etiketleri eklenmelidir. Araştırmamızda menü, alışveriş sepeti veya mağaza bulma aracının yanı sıra filtreleme ve sıralama gibi işlemler için simgelerin standart olmadığını ve çeşitli uygulamalarda bu simgelerin tam olarak anlaşılamadığını fark ettik. Etiketlenen simgelerin kullanılma olasılığı çok daha yüksektir. Ayrıca herhangi bir anahtar olmadan görsel kategoriler sunan uygulamalar, kullanıcıların söz konusu simgelerin neyi temsil ettiğini bulmalarını gerektirir. Karışıklık olasılığını azaltmak ve kullanıcıların yapmak istedikleri işleme devam etmelerini sağlamak için mutlaka bir anahtar ekleyin.

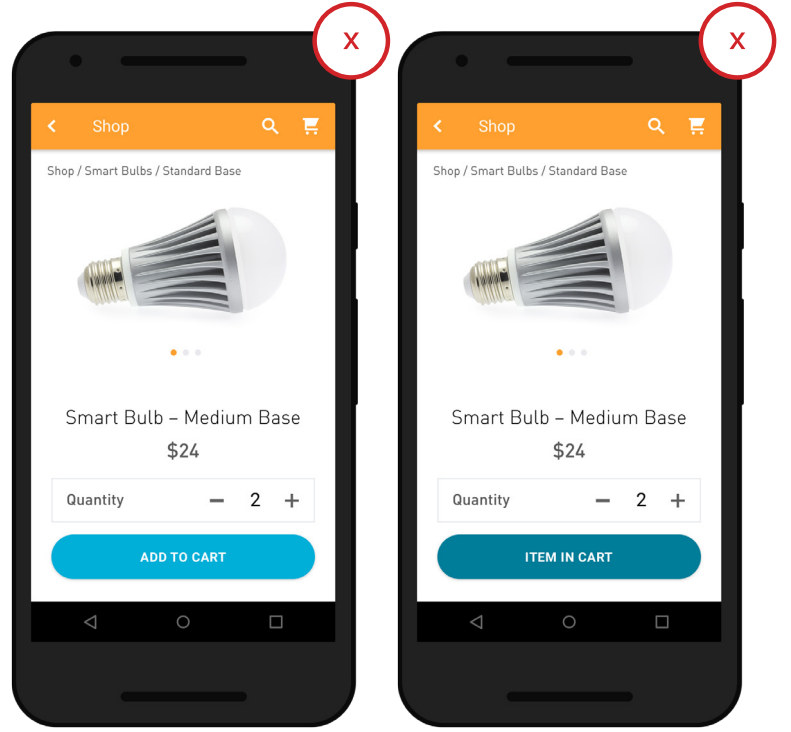


✗ Etiketsiz simgeler çoğu zaman yanlış anlaşılma ve karışıklığa neden olur.

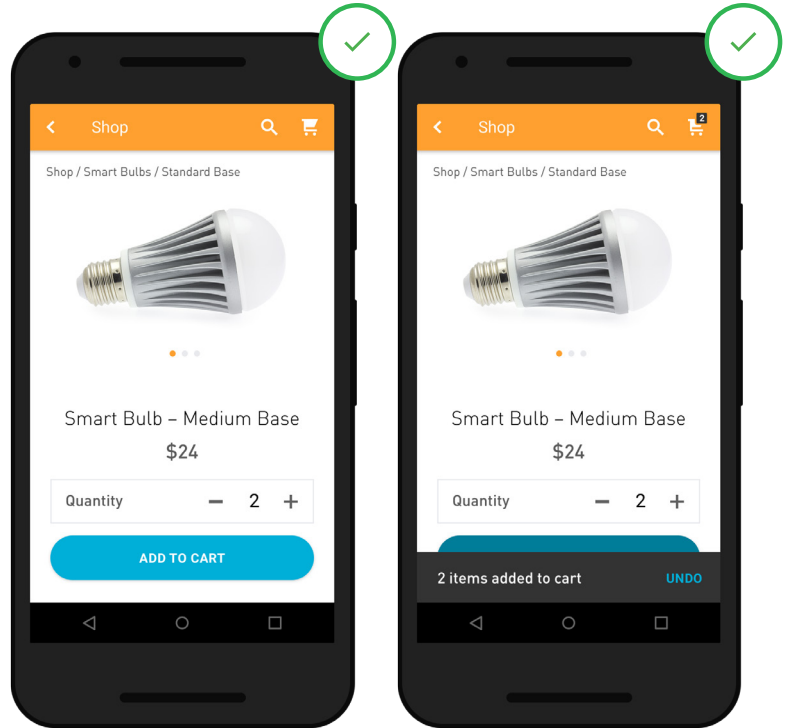
✓ Etiketlenen simgeler, anlamın kolayca ve doğru bir şekilde anlaşılmasını sağlar.

23 Önemli işlemlerin ardından görsel geri bildirimlerle yanıt verin.

Kullanıcılar alışveriş sepetine bir ürün eklediğinde veya bir satın alma isteği gönderdiğinde hiçbir geri bildirim almazsa, işlemin başarılı olup olmadığından emin olamaz. Görsel animasyon veya başka türde bir görsellik içeren sağlayan uygulamalar, kullanıcının emin olmasını sağlar.



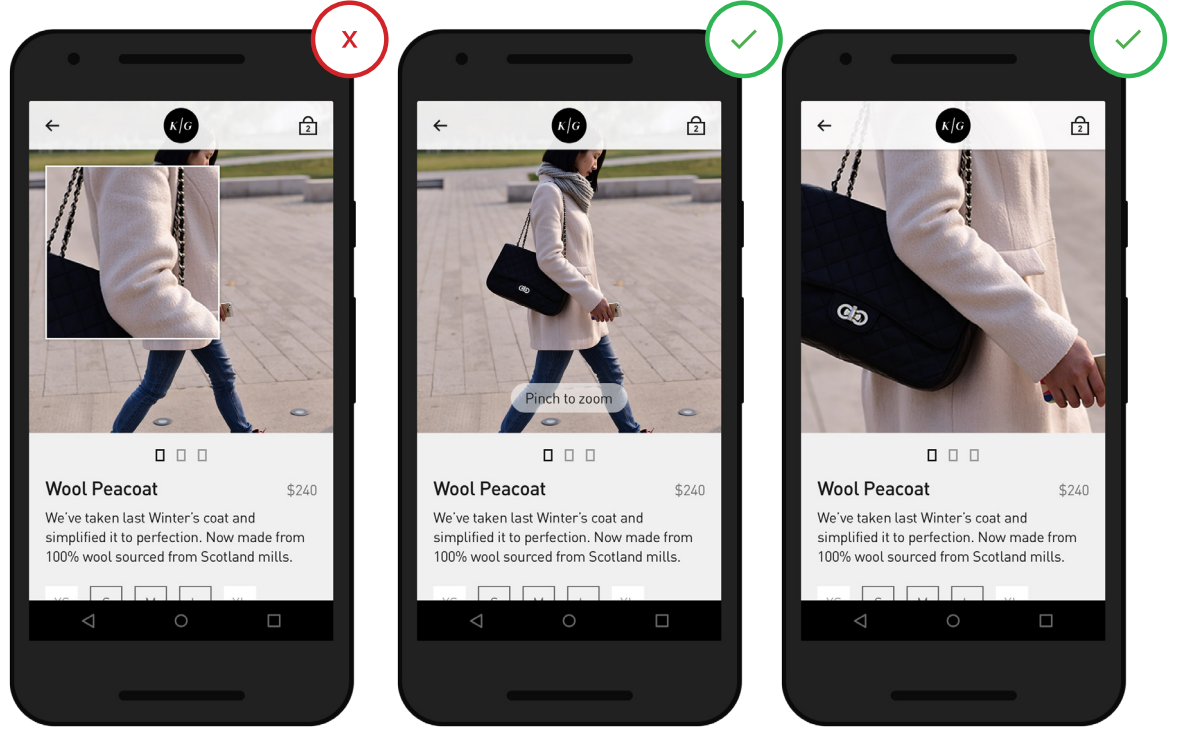
✗ Alışveriş sepetine ürün ekleme gibi bir işlemin ardından hiçbir görsel geri bildirim göndermemek, kullanıcıların işlemin başarılı olup olmadığını sorgulamasına neden olur.



✓ Açık bir görsel geri bildirim (bu örnekte bir bildirim biçimindedir) işlemin tamamlandığına dair bir güvence sağlar.

24 Kullanıcının yakınlaştırma düzeyini kontrol etmesine izin verin.

Kullanıcılar bir resim görüntülerken yakınlaştırma seviyesini kontrol edebilmek ister. Önceden belirlenmiş bir büyütme düzeyinin üzerinde yakınlaştırmaya izin vermeyen uygulamalar kullanıcıların hoşuna gitmeyebilir. Bu durum özellikle yakınlaştırılmış görünüm kullanıcıyı ürünün belirli bir bölümüne bakmaya zorladığında veya görüntünün bir kısmını ekranın dışında bıraktığında yaşanır. İstedikleri gibi yakınlaştırmalarına izin vererek kontrolü kullanıcılara bırakın.

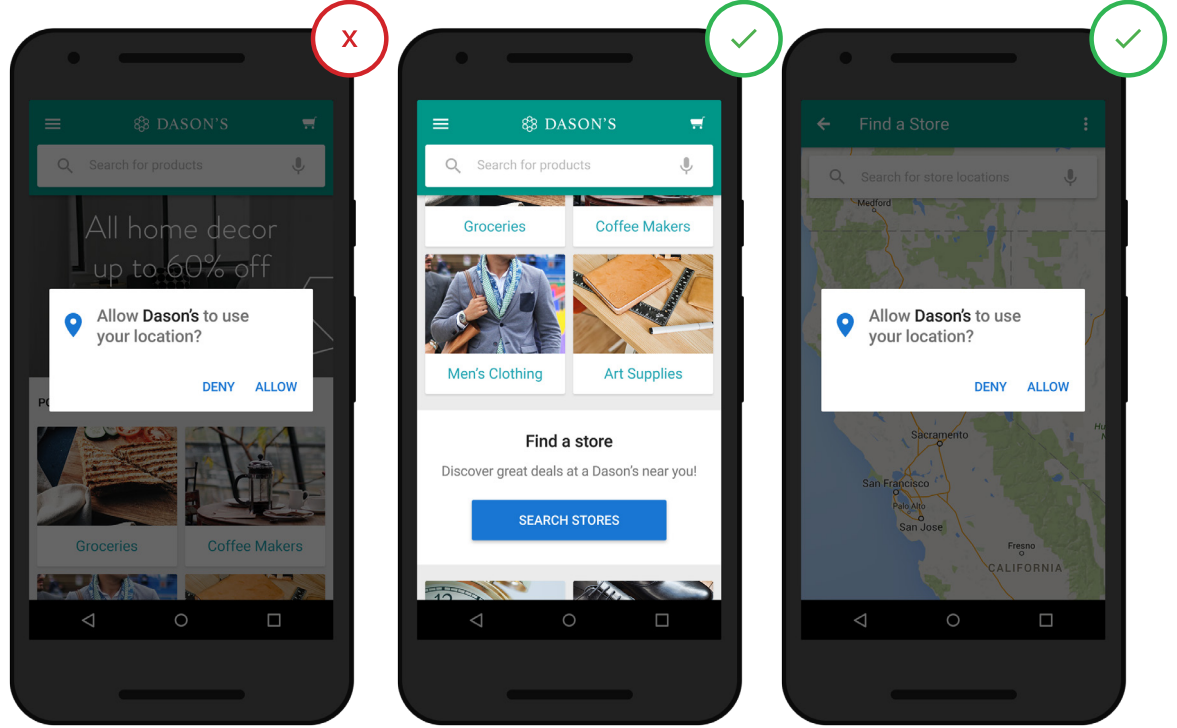


✗ Yakınlaştırma kapasitesi, hoşnutsuzluk yaratacak bir şekilde belirli bir düzey ve konumla sınırlandırılmış.

✓ Yakınlaştırmamanın derinliği ve alanı kullanıcının kontrolündedir.

25 Bağlama uygun izinler isteyin.

Kullanıcılar, uygulamanın doğru şekilde çalışması için gerekli olan izinleri vermediğinde, bir görevi gerekleştirmeyebilir. Bunu onlemek için uygulamaların bağlama uygun izinler istemesi ve bu erişim izninin sağlayacağı değeri belirtmesi gerekir. Bir görev sırasında gerekli izin istendiğinde kullanıcıların bu izni verme olasılığı daha yüksektir.



✗ Bağlamla veya gerçekleştirilmek istenen bir görevle alakalı olmayan bir durumda kullanıcıdan konum izni vermesi isteniyor.

✓ Mağaza konumlarını aramak gibi alakalı bir görev bağlamında kullanıcıdan konum izni vermesi isteniyor.



İşlem Yapmak İçin Kullanılan Araçlar

Mobil Uygulama Tasarımının 25 İlkesini öğrendiniz. Uygulamanızı geliştirmek ve kullanıcı sadakati kazanmak için inceleyebileceğiniz bazı yararlı kaynakları burada bulabilirsiniz.

Burada açıklanan Mobil Uygulama Tasarımının 25 İlkesi kolay gezinme ve keşfetme, uygulama içi arama, satışa yönelik özel tasarım ve dönüşümler, kayıt, form girişi ve kullanılabilirlik özellikleriyle kullanıcı deneyimini optimize etmeye ilişkin yeni bilgiler sunmaktadır. Mevcut uygulama deneyiminizi, rehberimizde yer verilen her ilke ile karşılaştırmanızı ve kalan boşlukları doldurmak için uygulamanızda yapacağınız iyileştirmeleri öncelik sırasına koymanızı tavsiye ederiz.

Uygulamanızın tasarımı harika bir kullanıcı deneyimi sunma hedefine ulaştığına göre, artık pazarlama çalışmalarınızı hızlandırabilirsiniz. Pazarlama stratejiniz sadece yeni kullanıcılar bulmaya odaklanmamalı, uygulamanızın yaşam döngüsüne de uymalıdır. Uygulama kullanıcılarının uygulamanızla etkileşim kurmayı sürdürmesini ve başkalarını da bu deneyimi paylaşmaya davet etmesini sağlayarak aktif kullanıcı tabanını genişletmek isteyebilirsiniz.

Uygulamanın başarısı için strateji oluşturma

Uygulamanızın yaşam döngüsü genelinde başarıya ulaşmak için strateji oluşturma yardımcı olacak bazı araçları burada bulabilirsiniz:

1. Yüklemeler için bir büyüme stratejisinden yararlanarak uygulamanızın edinme ve keşfetme oranını artırın. [Mobil Uygulama İndirme Sayısını Artırma Rehberi](#)'nde Google sayesinde büyüme hakkında bilgi edinin.
2. Android, iOS veya Chrome tarayıcılarından herhangi birini kullanan tüketicileri yalın ve güvenilir [mesajlarla](#) karşılayın, onlarla etkileşim kurun ve kullanıcı sayınızı artırın.
3. Mevcut kullanıcıların bağlılığını kazanmak için bir etkileşim stratejisi oluşturmayı unutmayın. Kullanıcı etkileşimi elde edilmesini sağlamak için [derin bağlantı](#) gibi spesifik araçları ve [Mobil Uygulama Etkileşimi](#)'ndeki reklam kampanyalarını kullanabilirsiniz.
4. [Google Uygulama Davetleri](#) aracılığıyla mevcut kullanıcılarınızın verdiği destekle kullanıcı tabanınızı genişletin.



Mobil Uygulama Tasarımı İlkeleri Kontrol Listesi



Uygulamada Gezinme ve Keşif

- ☐ Öncelikle uygulamanızın önemini belirtin.
- ☐ Kullanımın kolay olması için menü kategorilerini organize edip etiketleyin.
- ☐ Kullanıcılara tek adımla kolayca "geri dönebilme" olanağı verin.
- ☐ Manuel olarak konumu değiştirmeyi kolaylaştırın.
- ☐ Mobil uygulamalar ile mobil web arasında sorunsuz bir şekilde geçiş yapılmasını sağlayın.



Uygulama İçi Arama

- ☐ Arama alanını açıkça gösterin.
- ☐ Etkili arama dizini özelliğini kullanın.
- ☐ Filtreleme ve sıralama seçenekleri sunun.



Satış ve Dönüşümler

- ☐ Daha önceki arama ve alışveriş bilgilerini sunun.
- ☐ Kullanıcı değerlendirmelerinin görüntülenmesini ve filtrelenmesini sağlayın.
- ☐ Karşılaştırmalı alışveriş özelliklerini etkinleştirin.
- ☐ Birden çok üçüncü taraf ödeme seçeneği sunun.
- ☐ Ödeme yöntemleri eklemeyi ve bunların yönetimini kolaylaştırın.



Kayıt

- ☐ Kullanıcılardan kaydolmalarını istemeden önce elde edecekleri artıları açıkça gösterin.
- ☐ "Oturum açma" ile "kaydolma" arasındaki farkı belirtin.
- ☐ Şifreyle kimlik doğrulama işlemini sorunsuz bir deneyim haline getirin.



Form Girişi

- ☐ Kullanıcı dostu formlar oluşturun.
- ☐ Form doldurulurken yapılan hataları anında bildirin.
- ☐ Metin girişi gereken alanlarda uygun klavyeyi etkinleştirin.
- ☐ Formlarda bağlama uygun ve faydalı bilgiler sunun.



Kullanılabilirlik ve Anlaşılabilirlik

- ☐ Kullanıcılarınızla aynı dili konuşun.
- ☐ Görsel bilgileri açıklamak için metin etiketleri ve görsel anahtarlar kullanın.
- ☐ Önemli işlemlerin ardından görsel geri bildirimlerle yanıt verin.
- ☐ Kullanıcının yakınlaştırma düzeyini kontrol etmesine izin verin.
- ☐ Bağlama uygun izinler isteyin.